

# PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU OBRTA ZA OTKUP KOŽE

---

**Razumić, Helena**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:821210>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-31**



**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**  
Karlovac University of Applied Sciences

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**  
**POSLOVNI ODJEL**  
**STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA**

Helena Razumić

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA**  
**PRIMJERU OBRTA ZA OTKUP KOŽE**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2020.

Helena Razumić

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU  
OBRTA ZA OTKUP KOŽE**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove poduzetništva

Mentorica: Andreja Primužak, dipl. oec., viši predavač

Matični broj studenta: 0066193170

Karlovac, studeni, 2020.

# ZAHVALA

Upisivanje Veleučilišta u Karlovcu životna je odluka na koju sam izuzetno ponosna. Ove tri godine pružile su mi iskustva na raznim životnim poljima. Prvenstveno stručno, usvojila sam raznovrsna i zanimljiva znanja i informacije. Naučila ispravno pisati seminarske radove, izlagati pred publikom. Sa kolegicom Martinom Križanović osvojila sam prvo mjesto iz područja pisanja seminarskog rada na temu promocije proizvoda hrvatskog podrijetla pod vodstvom profesorice Tihane Cegur Radović, univ. spec, oec.. Također, dobitnica sam i nagrade dekanice za izuzetno uspješne studente godine 2018./2019. Nadalje kroz čitav studij, susrela sam se sa profesorima koji su svi, bez iznimke, pružili svoj maksimum kako bi nam pomogli u učenju i napredovanju. Hvala im! Za svaki odgovoren e-mail, za svako predavanje odrađeno uz osmjeh te za činjenicu da su uvijek maksimalno izlazili u susret i prilagođavali se potrebama izvanrednih studenata.

Ipak, posebne zahvale dugujem profesoricama dr.sc. Mateja Petračić te svojoj mentorici Andreji Primužak, dipl.oec. Hvala Vam profesorice, što ste me vodile kroz studij, što sam na Vaša predavanja uvijek išla s osmijehom na licu. Hvala Vam na zanimljivim predavanjima, na korektnosti i empatiji koju imate za svakog studenta bez iznimke. Posebno Vam hvala profesorice Primužak, što ste pristali biti moja mentorica.

Na kraju, htjela bih se zahvaliti obitelji. Svom mužu, koji me bodrio čitavim putem. Ohrabrivao kada mi je bilo teško, preuzeo brigu o sinu dok sam išla na predavanja i učila za ispite, veselio se svakom položenom ispitu. Rinu, koji je s mamom pisao seminare i tu i tamo išao na Veleučilište i Eni koja je s mamom uspješno "dala" i taj zadnji kolokvij. I za kraj, mojim roditeljima: Divna i Boris, hvala Vam na svoj potpori, na čuvanju Rina, davanju savjeta i neizmjerne ljubavi. Bez svih Vas ovo ne bih mogla ostvariti.

Hvala Vam!

## SAŽETAK

Završni rad opisuje poduzetnički projekt na primjeru obrta za otkup kože. Riječ je o sirovoj kravljjoj i ovčjoj koži koja se otkupljuje iz registriranih klaonica te dalje obrađuje. Nakon što se skupi veća količina kože koja će se u sabiralištu Divina detaljno obrezivati i konzervirati, koža će se dalje prodavati na tuzemno i inozemno tržište. Kupac će biti poduzeće koje u datom trenutku ponudi najveću cijenu. Koža obrta Divina neće se koristiti u svrhu izrade želatine i kolagena već isključivo u tehničke svrhe (odjeća, obuća, namještaj).

Sjedište obrta Divina biti će u Karlovcu na adresi Bašćinska cesta 61. Obrt će biti u stopostotnom vlasništvu osnivačice Helene Razumić.

Poduzetnički projekt analizira isplativost otvaranja obrta ovakve vrste. Analiziraju se troškovi i dobit za narednih pet godina poslovanja obrta. U obrt Divina biti će uložena vlastita sredstva (prenamjena prostora u poslovni prostor) te kreditna sredstva. Divina planira uložiti 60 % vlastitih sredstava (60 000 eura) te dignuti kredit u iznosu od 40 000 eura.

Analiza projekta ukazuje kako će obrt tijekom prvih mjeseci nakon ulaganja početi ostvarivati dobit koja će s vremenom rasti.

**Ključne riječi:** poduzetnički projekt, poduzeće, obrt, isplativost

## SUMMARY

The graduate work describes an entrepreneurial project on the example of a leather purchase trade. These are raw cow and sheep leather that are purchased from registered slaughterhouses and further processed. After a large quantity of leather is collected, which will be trimmed and preserved in detail at the Divina collection point, the leather will be further sold on the domestic and foreign markets. The buyer will be the company that offers the highest price at a given time. Divina leather will not be used for the purpose of making gelatin and collagen, but exclusively for technical purposes (clothing, footwear, furniture).

The headquarters of the Divina craft will be in Karlovac at the address Bašćinska cesta 61. The craft will be 100% owned by the founder Helena Razumić.

The entrepreneurial project analyzes the cost-effectiveness of opening a business of this kind. Costs and profits for the next five years of the business are analyzed. Own funds (conversion of space into business premises) and credit funds will be invested in the Divina craft. Divina plans to invest 60% of its own funds (60,000 euros) and take out a loan in the amount of 40,000 euros.

The analysis of the project indicates that the craft will start to make a profit during the first months after the investment, which will grow over time

**Keywords:** entrepreneurial project, enterprise, craft, profitability

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
1.1. Predmet i cilj rada .....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3. Struktura rada .....	1
<b>2. TEORIJSKI DIO</b> .....	<b>3</b>
2.1. Definicija poduzetništva.....	3
2.2. Poduzetništvo kroz povijest .....	5
2.3. Pojmovno određenje poduzetnika i poduzetništva.....	5
2.3.1. Poduzetnik .....	5
2.3.2. Poduzetništvo.....	6
2.3.3. Klasifikacija poduzetništva.....	7
2.4. Od ideje do realizacije poduzetničkog projekta .....	9
2.4.1. Jasno definiranje cilja .....	9
2.4.2. Utvrđivanje strategije .....	10
2.4.3. Izvršenje strategije .....	10
2.5. Mala poduzeća.....	10
2.5.1. Mala poduzeća u Republici Hrvatskoj.....	11
2.5.2. Obrti u Republici Hrvatskoj .....	14
<b>3. NASLOVNICA PROJEKTA</b> .....	<b>16</b>
3.1. Podaci o investitoru .....	17
3.2. Asortiman usluga.....	17
3.3. Tržišni podaci .....	17
3.4. Potrebna ulaganja.....	19
3.5. Izvori sredstava .....	19
3.6. Aktivizacijsko razdoblje.....	20
3.7. Zaštitne mjere .....	21
3.8. Potrebni zaposlenici .....	22
3.9. Pokazatelji učinkovitosti .....	22
<b>4. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE</b> .....	<b>23</b>
4.1. Autor i evolucija ideje .....	23
4.2. Opis proizvoda, robe ili usluga .....	23
<b>5. TRŽIŠNI PODACI</b> .....	<b>26</b>

5.1. Tržište nabave .....	26
5.2. Tržište prodaje proizvoda ili usluga .....	27
5.3. Analiza konkurencije.....	27
5.4. SWOT ANALIZA.....	28
5.5. Analiza lokacije.....	29
<b>6. MARKETING PODUZETNIČKOG PROJEKTA .....</b>	<b>30</b>
6.1. Oglašavanje .....	30
6.2. Direktan marketing.....	30
6.3. Naziv tvrtke i zaštitni znak.....	31
<b>7. TROŠKOVI POSLOVANJA .....</b>	<b>32</b>
<b>8. RAČUN DOBITI I GUBITKA .....</b>	<b>34</b>
<b>9. OCJENA UČINKOVITOSTI PROJEKTA .....</b>	<b>35</b>
9.1. Razdoblje povrata.....	35
9.2. Godišnja stopa prinosa .....	36
9.3. Pravilo palca.....	36
9.4. Interna stopa profitabilnosti .....	37
9.5. Analiza likvidnosti .....	38
9.6. Analiza osjetljivosti.....	38
<b>10. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>39</b>
<b>POPIS LITERATURE.....</b>	<b>40</b>
<b>POPIS ILUSTRACIJA.....</b>	<b>41</b>



# 1.UVOD

## 1.1. Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada jest poduzetnički projekt na primjeru obrta za otkup kože. Glavni cilj rada je definirati poduzetništvo i poduzetnika, prikazati položaj malih obrtnika u Republici Hrvatskoj te dokazati opravdanost i isplativost pokretanja poduzetničkog projekta.

## 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Izrada završnog rada rezultat je kombinacije različitih metoda istraživanja poput povijesne metode, metode komparacije, analize, sinteze te deskripcije. Podaci su uzeti iz znanstveno-stručne literature, internet stranica . Osim navedenih izvora korišteni su podaci dobiveni direktno od potencijalnih suradnika i konkurencije. Većinom se koristila desk metoda rada. Tematski, najviše su korišteni podaci vezani uz poduzetništvo, menadžment, marketing, obrte te pravilnike potrebne za otvaranje istog. .

## 1.3. Struktura rada

Završni rad na temu poduzetničkog projekta na primjeru obrta za otkup kože sastoji se od deset poglavlja. Rezultati istraživanja potrebnih za realizaciju ovakvog projekta prikazani su u tematski odvojenim cjelinama koje se međusobno nadovezuju te čine smislenu cjelinu.

Prvo poglavlje čini uvod koji čitatelje upoznaje sa predmetom i ciljem rada, sa metodama koje su korištene prilikom istraživanja te obrazloženjem strukture rada. Drugo poglavlje bavi se teorijskim dijelom, opisuje razvoj poduzetništva kroz povijest, definira poduzetništvo i poduzetnika, te razvoj i trenutno stanje malih poduzetnika u Republici Hrvatskoj. Treći dio pruža konkretne informacije o samom projektu. Od investitora, asortimana usluga, tržišnih podataka, potrebnih ulaganja, aktivizacijskog razdoblja do zaštitnih mjera. Četvrto poglavlje opisuje poduzetničku ideju, investitora te poduzetnički proizvod odnosno uslugu. Peto poglavlje bavi se swot analizom, opisom konkurencije te pruža uvid u tržišne podatke. U šestoj cjelini govori se o marketingu, odnosno promocijskim aktivnostima koje će se koristiti kako bi

se potencijalne klijente informiralo i potaknulo na suradnju s obrtom Divina. U sedmom djelu definiraju se troškovi te tablično prikazuju troškovi poslovanja za narednih pet godina. Osmi cjelina opisuje račun dobiti i gubitka. Deveto poglavlje prikazuje ocjenu učinkovitosti projekta, a posljednje poglavlje posvećeno je zaključku.

## 2. TEORIJSKI DIO

### 2.1. Definicija poduzetništva

Termin poduzetnika<sup>1</sup> u ekonomsku znanost prvi uvodi Richard Cantillon ( 1680.-1734.) u svojem djelu iz 1725. godine pod nazivom „Rasprava o naravi trgovine“. On poduzetnike dijeli u dvije kategorije: poduzetnike s kapitalom i one sa vlastitim radom . Pod pojmom poduzetnika on svrstava sve od zakupnika zemljišta, trgovca, industrijalaca, graditelja do slikara, liječnika i odvjetnika. Sve njih veže neizvjesnost i rizik u poslovanju.

Dubrovački trgovac Benedikt B. Kotruljević u djelu „O trgovini i savršenom trgovcu“ iz 1573.godine opisuje savršenog trgovca.

Adam Smith (1713.-1790.) smatra da se poduzetnička aktivnost ostvaruje marljivošću i štedljivošću, poslovnim špekulacijama i poslovnim inovacijama.

Jean Baptiste Say u svojim djelima govori o važnosti poduzetnika koji prebacuje ekonomske resurse iz područja manje u područje veće produktivnosti kombinirajući pritom osnovne faktore proizvodnje.

Jedan od najznačajnijih predstavnika poduzetništva Peter Drucker tvrdi da poduzetnici nisu ni kapitalisti ni investitori iako oni koriste kapital i preuzimaju rizike. Prema njemu bit ekonomske djelatnosti jest 'usmjeriti sadašnje resurse u skladu s budućim očekivanjima , a to pretpostavlja neizvjesnot i rizik.<sup>2</sup>

Prema Poslovnom rječniku Republike Hrvatske <sup>3</sup> poduzetnik je poslovni čovjek koji ulaže svoj novac u određeni poslovni pothvat, nadajući se pritom ostvarenju zarade( dobiti).

Uzevši u obzir definicije poduzetnika kroz povijest dolazi se do zaključka da je u prošlosti poduzetnik bio osoba koja je osnovala vlastito poduzeće. Danas to više nije tako. Poduzetnik u suvremenom svijetu ne mora nužno biti vlasnik poduzeća. Poduzetnik je i osoba koja je ovlaštena voditi posao te upravljati istim ,pritom je bitno da, bio on vlasnik ili ne ,posjeduje

---

<sup>1</sup> engl ( Entrepreneur), njem (Unternehmer)

<sup>2</sup> Drucker P.F.: Inovacije i poduzetništvo , Globus , Zagreb, 1992.,str32-33.

<sup>3</sup> Poslovni rječnik, urednici P. Jurković, F. Luković, Đ.Pribičević, S. Ravlić, 3.izdanje , Masmedia, Zagreb, 1995., str 426.

određene osobine. On mora biti kreativan, lider, uporan, spreman riskirati , ali i snositi posljedice. Svaki dobar poduzetnik mora znati i gubiti te učiti na vlastitim greškama .

Nicholas C. Siropolis u djelu „Menadžment malog poduzeća koristi pojam čistog poduzetnika“. Čisti poduzetnik je osoba koja svoj posao započinje iz nule. Njega motivira profit ali i stvaranje vlastite dinastije .

Prema studiji profesora Harvardskog sveučilišta Davida C.Mc Clellanda uspjeh je vjerojatniji kod onih osoba koje posjeduju sljedeće vještine:

- inovativnost
- razumno preuzimanje rizika
- samouvjerenost
- uporan rad
- postavljanje ciljeva
- odgovornost

U svijetu je poduzetništvo shvaćeno kao izuzetno napredna društvena aktivnost usmjerena na konstantno unaprijeđivanje kako bi se postigli što veći ekonomski učinci te sve veća efikasnost rada . Isto tako poduzetništvo je visoko elastično na primjenu tehnoloških rješenja i patenata u svom proizvodnom procesu. Iz navedenih razloga , poduzetništvo talentiranim pojedincima omogućuje brojne prednosti poput:<sup>4</sup>

- prilika za kreiranje vlastite sudbine
- prilika za različitost
- prilika za postizanje dvojeg punog potencijala
- prilika za ubiranje visokih profita
- prilika za doprinos društvu i priznanje za vlastite napore
- prilika za rad na onome šta vole i šta ih zabavlja

---

<sup>4</sup> Kolaković, M. : Managment malog poduzeća I dio, Ekonomski fakultet Split, Split, 2003., str 5.

## 2.2. Poduzetništvo kroz povijest

Začeci poduzetništva mogu se pronaći kod starih civilizacija poput babilonske, egipatske, arapske i kineske. Već se tada mogu pronaći inovativni obrtnici u različitim gospodarskim aktivnostima. Antička Grčka i Rim razlikuju više tipova poduzetništva u kojima sve više jačaju trgovina i novčarsko poslovanje. Poduzetništvo kakvo danas znamo, pojavljuje se između 11. i 13. stoljeća prvotno u trgovini, bankarsko-kreditnim i mjenjačkim poslovima zatim u pomorstvu te čak i razbojništvu i gusarstvu. Osnovni tipovi poduzetništva prema Sombartu su: gusari, feudanci, državni činovnici, špekulanti, trgovci i obrtnici.<sup>5</sup> Prva trajnija poduzetnička udruženja pojavljuju se krajem 14. stoljeća. Temeljila su se na obiteljskoj tradiciji te su poprimila karakteristike današnjih trgovačkih društava.

U 15. stoljeću dolazi do razdvajanja privredne aktivnosti i poslovne imovine poduzetnika od njegove privatne imovine. Ovim činom počinje se pojavljivati poduzeće sa svim karakteristikama koje nose današnje poduzetničke tvrtke. Nosili su vlastita imena te su bili samostalni privredni subjekti koji se bave kupoprodajom. Masovnost poduzetništva se pojavljuje u 17. stoljeću. Javljuju se različiti oblici obrta i trgovačkih poduzeća te raste značaj međunarodne i preoceanske trgovine. U 18. stoljeću dolazi do specijalizacije u trgovini i odvajanja bankarstva, a pojavom industrijske revolucije raste i važnost samog poduzetništva. Masovna proizvodnja vodi do naglog pada uloge poduzetništva. Ipak razvojem informacijske komunikacijske tehnologije te padom socijalističkih društvenih uređenja poduzetništvo postaje temeljnom gospodarskom djelatnošću.

## 2.3. Pojmovno određenje poduzetnika i poduzetništva

### 2.3.1. Poduzetnik

Poduzetnik je osoba koja pokreće posao te organizira i kontrolira tijek poslovanja. Funkcija poduzetnika jest uvođenje novih tehnoloških metoda u proizvodnji kako novih dobara, tako i proizvodnji starih dobara na novi način. Za većinu autora (Schumpeter, Vuković) poduzetnik je inovator. Osoba koja na oprezn način razvija nešto jedinstveno, preuzimajući rizik, a sve

---

<sup>5</sup> Sombart, W.; Der Bourgeois, Dunckner Humboldt, Munchen Leipzig, 2001., str 89.

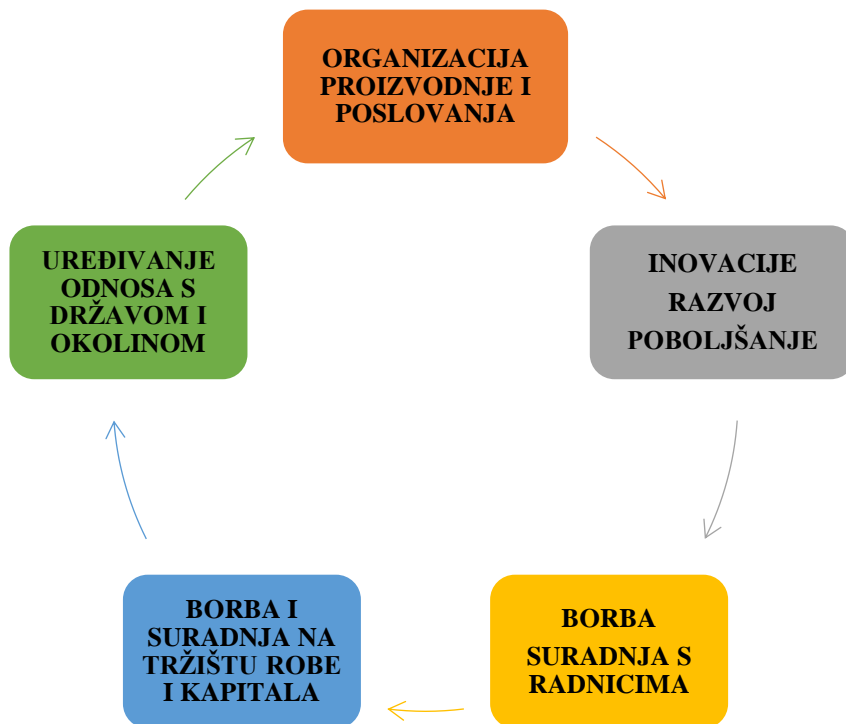
u svrhu ostvarivanja dobiti. Poduzetnik ulaže kapital i vrijeme , zapošljava ljude, osmišljava projekt , prati njegovo ostvarivanje te kontrolira čitav proces kako bi ostvario što veću dobit.<sup>6</sup>

### 2.3.2. Poduzetništvo

Pojam poduzetništva širi je od pojma samog poduzetnika. Poduzetništvo obuhvaća sve aktivnosti poduzetnika usmjerene na ulaganje i kombinaciju potrebnih inputa, na širenje na nova tržišta , stvaranje novih proizvoda, tehnologija i potrošača. <sup>7</sup>

Alfred Marshall definira poduzetništvo kao slobodnu djelatnost po izboru poduzetnika naglašavajući smotrenost i samopouzdanje kao bitne karakteristike samih poduzetnika.

GRAF.1. Osnovne aktivnosti poduzetnika prema D. Gorupiću



IZVOR: autorica rada (28.08.2020.)

<sup>6</sup> Vuković I.,: Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu, Dalmatina , Zagreb, 1999., str. 39.

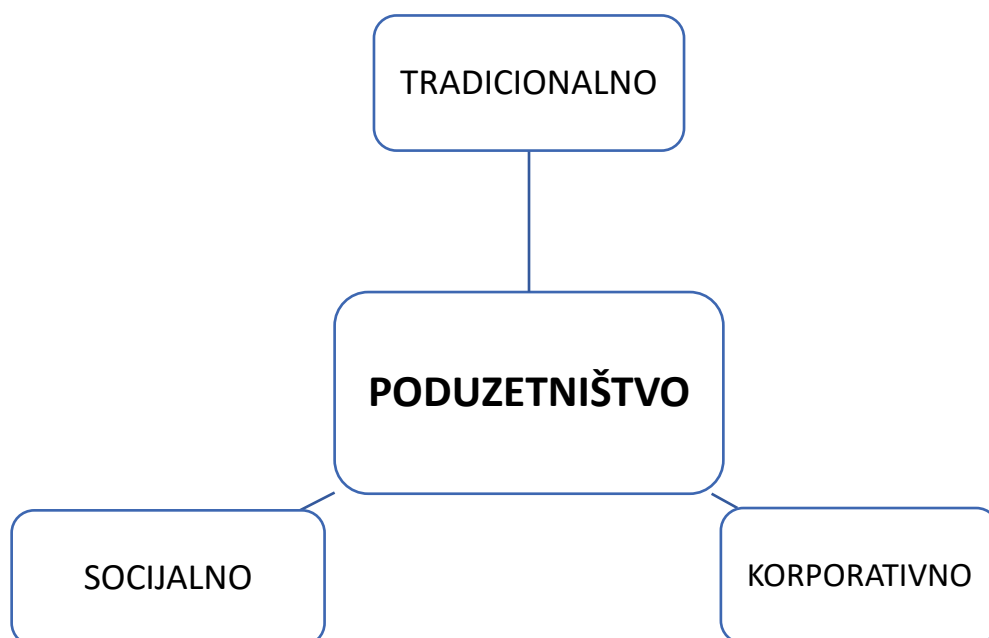
<sup>7</sup> Škrtić M.,: Osnove poduzetništva i menadžmenta, II izdanje, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac ,2008. str.30.

Peter Drucker poduzetništvom smatra stvaranje novog tržišta i potrošača navodeći McDonalds kao primjer.

Iz navedenih definicija možemo zaključiti da je poduzetništvo skup međusobno povezanih funkcija čiji je primarni cilj pokretanje novih poslovnih pothvata radi ostvarivanja iznad prosječnih prihoda. Poduzetnik mora posjedovati viši stupanj sposobnosti i odlučnosti kako bi uočio i iskoristio poslovne prilike te polučio poslovni uspjeh.

### 2.3.3. Klasifikacija poduzetništva

GRAF 2. Vrste poduzetništva



IZVOR:autorica rada (28.08.2020.)

#### TRADICIONALNO PODUZETNIŠTVO

Tradicionalno poduzetništvo odnosi se na poduzetništvo u malim i srednjim poduzećima. Prvi zapisi o takvim poduzećima javljaju se prije 4000.godina. Mala poduzeća prisutna su bila u gotovo svim starim civilizacijama, a posebno su se isticali Babilonci , Egipćani, Grci , Feničani, Rimljani. U srednjem vijeku važnu ulogu u reguliranju poduzetništva imala je

katolička crkva ,a druga polovica 20.stoljeća polako donosi promjenu gospodarskog položaja malih poduzeća.

U Republici Hrvatskoj većinu poduzeća regulira Zakon o računovodstvu<sup>8</sup>. Prema njemu poduzeća se dijele na mala poduzeća, srednja poduzeća te velika poduzeća sukladno njihovoj aktivni , ukupnom prihodu i prosječnom broju zaposlenih. Drugi način klasifikacije koje su neke zemlje prihvatile je onaj na mikro, mala , srednja te velika poduzeća.

## KORPORATIVNO PODUZETNIŠTVO

Suvremena situacija na gospodarskom tržištu utjecala je na razvoj poduzetništva. Rastuća konkurencija te proces globalizacije danas ne ostavljaju prostor poduzećima da se 'opuste' već inzistiraju na njihovom konstantnom unaprijeđivanju i razvoju znanja, tehnologije i finalnih proizvoda.. Velika poduzeća morala su se naučiti brzo prilagođavati promjenama na tržištu, postati fleksibilna i inovativna. Iz tih razloga mala poduzeća počela su se udruživati sa velikim poduzećima kako bi svi iskoristili svoje prednosti . Prednosti malih poduzeća su inovativnost, poznavanje tržišta, kreativnost, fleksibilnost itd., a prednosti velikih poduzeća su njihova tržišna snaga i financijski resursi. Korporativno poduzetništvo je proces čiji je cilj jačanje konkurentskog položaja velikih poduzeća . U tom procesu stvaraju se inovativni procesi i proizvodi, novi načini korištenja i održavanja postojećih proizvoda s ciljem povećanja profita. Zaposleni unutar organizacije stvaraju nova poduzeća.

## SOCIJALNO PODUZETNIŠTVO

Socijalno poduzetništvo ( engl. social entrepreneurship ) definirao je Wiliam Drayton. Prema njemu socijalno poduzetništvo je ono poduzetništvo čiji primarni cilj nije povećanje profita ili privatne vrijednosti već rast društvene vrijednosti. Socijalno poduzetništvo primjenjuje načela poduzetništva u društvenom sektoru s ciljem unaprijeđenja društveni život. To znači da iako u prvom planu nije stjecanje dobiti i profita, ovakve ga organizacije ipak ostvaruju. Ta vrsta profita zatim se dalje koristi u razvoj same organizacije. Socijalno poduzetništvo u Hrvatskoj možemo naci u udrugama, zakladama , obrtima , zadrugama, trgovačkim društvima te ustanovama.

---

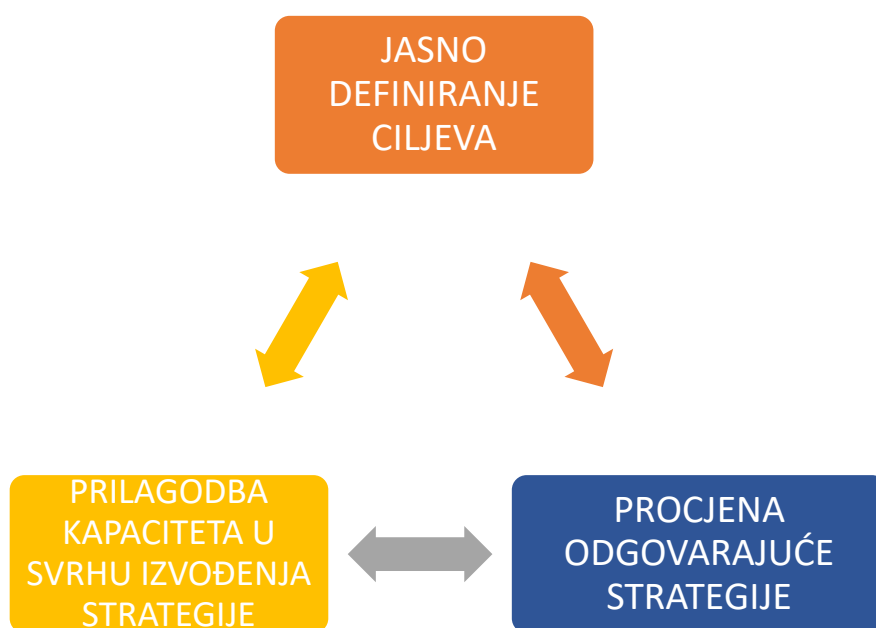
<sup>8</sup> Narodne novine, 109/07



## 2.4. Od ideje do realizacije poduzetničkog projekta

U ostvarenju poduzetničkog projekta potrebno je određeno znanje i vještine kako bi se stvorila strategija koja će realizirati isti. Poduzetnik koji teži uspjehu čitav će svoj radni vijek provesti nadograđujući svoje znanje. U suvremenom svijetu potrebna su inderdisciplinarna znanja kako bi se poduzetnik mogao nositi sa problemima koje susreće te kako bi mogao biti u korak s konkurencijom. A. Bhide navodi tri koraka potrebna za ostvarivanje poduzetničke aktivnosti.<sup>9</sup>

GRAF 3. Tri koraka u ostvarivanju poduzetničke aktivnosti



Izvor: autorica rada (19.08.2020.)

### 2.4.1. Jasno definiranje cilja ( 'Kamo želim stići?')

Poduzetnikov osobni i poslovni cilj su povezani. Prije definiranja samog poslovnog cilja potrebno je odrediti želje i potrebe samog poduzetnika. Osim potrebnih znanja i vještina potrebno je da poduzetnik raspolaže i hrabrošću da preuzme određene rizike.

<sup>9</sup> Bhide, A. : The questions every Entrepreneur Must Answer, Harvard Business Review, br.5,1996. str. 21-28,

#### 2.4.2. Utvrđivanje strategije (*Kako da dođem do onoga što želim?*)

Strategija je put koji je poduzetnik zamislio, a koji ga treba dovesti do određenog cilja. Problem brojnih poduzetnika leži u činjenici što ne razrade dugoročne strategije. Dobro utvrđene strategije mogu spasiti poduzeće od brojnih problema poput loše infrastrukture . bitno je da strategija bude razumljiva samim zaposlenicima, da bude usko povezana sa poslovnom aktivnošću poduzeća te da sadrži točne i precizne upute vezane uz poslovanje istog.

#### 2.4.3. Izvršenje strategije (*mogu li ja to?*)

Ovaj korak u realiziranju projekta zahtjeva od poduzetnika da utvrdi vlastite izvore i sredstva potrebna za poslovanje poput rada, kapitala i kupaca. Ukoliko poduzeće želi uspješno poslovati potrebno je realizirati sve navedeno. Snaga i kapacitet poduzeća ovise o tvrdj infastrukturi koju čine organizacijska struktura i sistemi te mekoj infrastrukturi koja obuhvaća kulturu poduzeća i norme. Osim rečenog poduzetnik treba spremno prihvatiti činjenicu da je za uspješno poslovanje potrebno konstantno unaprijeđivanje i usavršavanje vlastitog znanja i vještina.

#### 2.5. Mala poduzeća

Mala poduzeća su samostalne gospodarske jedinice koja otvaraju radna mjesta te potiču samoodgovorno djelovanje i samorazvoj ljudi više od velikih poduzeća.<sup>10</sup> Brojne su prednosti malih poduzeća. Od onih koje se odnose na očuvanje okoliša jer koriste ekološki prihvatljiviju tehnologiju te manje troše energiju, utječu na veću motiviranost i zadovoljstvo zaposlenika . osiguravaju konkurenciju, bore se s monopolom, diferenciraju ponudu , brže se prilagođavaju potrebama i promjenama potražnje te osiguravaju slobodu izbora potrošača.

Malo gospodarstvo ( engl. small business) obuhvaća obrte , zadruge, mala i srednja trgovačka društva te druga poduzeća sa istim obilježjima. <sup>11</sup> njihovi subjekti mogu biti pravne i fizičke osobe koje samostalno i trajno obavljaju dopuštene djelatnosti radi ostvarivanja dobiti , dohotka , a dijele se na :

---

<sup>10</sup> Škrtić M.,: Osnove poduzetništva i menadžmenta, II izdanje, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac ,2008. str 32.

<sup>11</sup> Narodne novine ; Zakon o poticanju razvoja gospodarstva Republike Hrvatske, 29/02;63/07.

TABLICA 1. Subjekti malog gospodarstva

MIKRO SUBJEKTI	MALI SUBJEKTI	SREDNJI SUBJEKTI
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pravne i fizičke osobe koje prosječno godišnje imaju manje od 10 zaposlenih</li> <li>• ostvaruju ukupni godišnji promet do 14 milijuna kuna</li> <li>• vrijednost dugotrajne imovine ne prelazi 7 milijuna kuna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pravne i fizičke osobe koje prosječno godišnje imaju manje od 50 zaposlenih</li> <li>• ostvaruju ukupni godišnji promet do 54 milijuna kuna</li> <li>• vrijednost dugotrajne imovine ne prelazi 27 milijuna kuna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pravne i fizičke osobe koje prosječno godišnje imaju manje od 250 zaposlenih</li> <li>• ostvaruju ukupni godišnji promet do 216 milijuna kuna</li> <li>• vrijednost dugotrajne imovine ne prelazi 108 milijuna kuna</li> </ul>

Izvor: autorica rada (29.08.2020.)

### 2.5.1. Mala poduzeća u Republici Hrvatskoj

Na razvoj poduzetništva u Republici Hrvatskoj uvelike je utjecao neefikasan model vlasničke transformacije . Od 1991.do kraja 1999.godine proces privatizacije obuhvatio je 2.650 poduzeća. Pritom su se koristila dva modela. Prvi model temeljio se na prodaji poduzeća na temelju internih prijedloga koji su podnešeni Hrvatskom fondu za privatizaciju. Prednost, odnosno značajne popuste dobili su bivši i sadašnji zaposlenici. Drugi model naziva se model kuponske privatizacije. Ovaj model uveden je 1996.godine ,a prednost su imali socijalno najugroženije kategorije stanovništva pogođene ratom poput ratnih i civilnih invalida, prognanika, obitelji nestalih, branitelji.

U Republici Hrvatskoj broj malih poduzeća 1991. godine iznosio je 14.500 , 1998. godine iznosio je približno 60.000 , a 2006. godine 76.588. Prema strukturi najviše malih poduzeća bavi se trgovinom zatim financijskim i drugim uslugama, industrijskom proizvodnjom , ugostiteljstvom i turizmom , a najmanje ih se bavi poljoprivredom te prometom i vezama. Broj zaposlenih rastao je iz godine u godinu. Tako je 1991. godine broj osoba koje su zapošljavala mala poduzeća iznosio 136.000.1998. godine iznosio je 204.453 osobe, a 2006.godine 388.275.<sup>12</sup>

TABLICA 2. Udjeli poduzetnika razvrstanih po veličini u ukupnim financijskim rezultatima

Opis	Veliki poduzetnici		Srednje veliki		Mali poduzetnici	
	1997.	1998.	1997.	1998.	1997.	1998.
Broj poduzetnika	0,8	0,9	2,7	2,9	96,5	96,2
Broj zaposlenih	46,6	45,1	23,3	23,4	30,1	31,5
Ukupni prihodi	42,3	43,0	21,9	22,8	35,8	34,2
Ukupni rashodi	42,5	43,6	22,1	23,0	35,4	33,4
Dobit prije oporezivanja	44,6	39,7	20,3	20,5	35,1	39,8
Gubitak prije oporezivanja	49,4	54,5	29,2	25,2	21,4	20,3
Porez na dobit	31,6	34,6	17,1	17,3	51,3	48,1
Dobit tekuće godine	48,2	41,4	21,1	21,7	30,7	36,9
Gubitak tekuće godine	49,3	54,4	25,2	25,2	21,5	20,4

Izvor: *Informacija o osnovnim financijskim rezultatima poduzetnika RH u 1998. g.* (prema podacima godišnjih statističkih izvješća), Zavod za platni promet, Središnji ured Zagreb, lipanj 1999. str. 9

Izvor: Škrtić M.,: Osnove poduzetništva i menadžmenta, II izdanje, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac , 2008.str 109

Navedena tablica obuhvaća velike, srednje i male poduzetnike u razdoblju od 1997. do 1998. godine. Obuhvaća broj poduzetnika, zaposlenih, ukupne prihode i rashode , dobit i gubitak prije oporezivanja, porez na dobit te dobit i gubitak tekuće godine.

Najznačajnije djelatnosti kojima se bave mala poduzeća su trgovina, financije i druge usluge, graditeljstvo i industrija. Ove djelatnosti ostvaruju ukupno 85 % prihoda i rashoda malih poduzeća te zapošljavaju približno 70% od svih zaposlenih u takvim poduzećima.

<sup>12</sup> Škrtić M.,: Osnove poduzetništva i menadžmenta, II izdanje, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac ,2008.str 108.

Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva (CEPOR) u Hrvatskoj bavi se njihovom problematikom . Riječ je o neprofitnoj organizaciji osnovanoj 2001.godine. Od 2011. godine CEPOR izrađuje redovna godišnja Izvješća putem kojih prikazuje važne aspekte sektora malih i srednjih poduzeća u Hrvatskoj, govori o stanju i značaju sektora, prezentira institucionalni i zakonodavni okvir te opisuje raspoloživost podrške sektoru malih i srednjih poduzeća. „ *Cilj Izvješća je informirati nadležne institucije i širu javnost o problematici sektora u Hrvatskoj te kreirati kvalitetnu informacijsku osnovu za donošenje odluka koje će omogućiti jačanje poduzetničke kulture i sektora malih i srednjih poduzeća kroz povećanje kapaciteta zapošljavanja, jačeg doprinosa BDP-u i izvoznom potencijalu Hrvatske.* “<sup>13</sup>

TABLICA 3. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu u razdoblju od 2014. do 2018.godine

	2014.		2015.		2016.		2017.		2018.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	104.116	99,7	106.221	99,7	114.156	99,7	119.752	99,7	130.757	99,7
Mikro i mala poduzeća	102.895		105.029		112.809		118.352		129.259	
Srednja poduzeća	1.221		1.192		1.347		1.400		1.498	
Velika poduzeća	354	0,3	348	0,3	327	0,3	329	0,3	360	0,3
<b>Ukupno</b>	<b>104.470</b>	<b>100</b>	<b>106.569</b>	<b>100</b>	<b>114.483</b>	<b>100</b>	<b>120.081</b>	<b>100</b>	<b>131.117</b>	<b>100</b>

IZVOR: “Analiza financijskih rezultata poduzetnika RH u 2014. – 2018. godine”, FINA, 2019.

Iz navedene tablice vidljiva je tendencija rasta ukupnog broja poduzeća . Najveći udio u njima imaju mala i srednja poduzeća.

<sup>13</sup> IZVOR: <http://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/> (30.08.2020.)

## 2.5.2. Obrti u Republici Hrvatskoj

Obrte u Republici Hrvatskoj regulira Zakon o obrtu<sup>14</sup>. Obrt je samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti od strane fizičkih osoba sa svrhom postizanja dohotka ili dobiti koja se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu. Obrtnik je fizička osoba koja obavlja jednu ili više djelatnosti iz navedenog zakona u svoje ime i za svoj račun. Obrtnik se može koristiti i radom drugih osoba.<sup>15</sup>

TABLICA 4. Broj aktivnih obrta i njihovih zaposlenika u razdoblju od 2014. do 2018.godine

	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
<b>Broj aktivnih obrta</b>	78.070	76.222	75.861	77.335	81.430
<i>Udio u aktivnim trgovačkim društvima</i>	35,5%	33%	39,9%	39,5%	39,1%
<b>Broj zaposlenih u obrtima</b>	176.973	175.942	176.022	176.805	180.155
<i>Udio zaposlenih u obrtima u ukupno zaposlenima</i>	13,6%	13,5%	12,9%	13,4%	12,8%

IZVOR: <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2015/03/SME-REPORT-2019-HR-WEB.pdf> (30.08.2020.)

Godine 2018. u Hrvatskoj je bilo aktivno 81.430 obrta koji su zapošljavali 180.155 osoba. Njihov udio u ukupnim trgovačkim društvima iznosi 39,1%. U odnosu na prethodnu 2017. godinu broj aktivnih obrta porastao je za 5,3%. Grad Zagreb nositelj je najvećeg broja aktivnih obrta, čak 17,9%, potom slijede Splitsko-dalmatinska županija (13,1%), Primorsko-goranska županija (9,8%) te Istarska županija (9,2%). Cehovski ustroj pokazuje kako najveći broj aktivnih obrta pripada uslužnom zanatstvu (42,5%), zatim ugostiteljstvu i turizmu (14,8%), trgovini (11,5%), a najmanji udio zauzima ceh ribarstva marikulture i poljodjelstva (4,9%).

Godine 2018. putem programa Poduzetnički impuls obrtima je dodjeljeno 4.188 potpora u ukupnom iznosu od 55,8 milijuna kuna. 861 potpora odnosila se na cjeloživotno obrazovanje, 188 potpora na naukovanje, 76 za očuvanje i razvoj tradicijskih i umjetničkih obrta, 95 potpora

<sup>14</sup> Narodne novine, 143/13, 127/19, 41/20

<sup>15</sup> <https://www.zakon.hr/z/297/Zakon-o-obrtu>

dodjeljeno je za razvoj malog i srednjeg poduzetništva i obrta na područjima naseljenim pripadnicima nacionalnih manjina, a 2.968 potpora dodjeljeno je za stipendiranje učenika u obrtničkim zanimanjima.

### 3.NASLOVNICA PROJEKTA

OBRT ZA OTKUP KOŽE „Divina“

Karlovac, Bašćinska cesta 65

tel./fax: 047/123-456

e-mail: divinakoze@gmail.com

PODUZETNIČKI PROJEKT

OTKUP KOŽA



VLASNICA PODUZEĆA

Helena Razumić

AUTOR PROJEKTA

Helena Razumić

OSOBA ZA KONTAKT

Helena Razumić

PRIMATELJ:

Karlovačka banka d.d.

*Podaci iz ovog projekta povjerljivi su  
Autor pridržava prava intelektualnoga  
vlasništva. Projekt je preslikan u pet istovjetnih  
primjeraka*

Karlovac, 2020.



### 3.1. Podaci o investitoru

Investitorica ovog projekta je studentica Helena Razumić . Helena Razumić rođena je u Karlovcu, 06.06.1990. Nakon završene gimnazije , upisuje Stručni studij Ugostiteljstva u Karlovcu. Osim navedenog, poduzetnica posjeduje dokaz o položenom državnom stručnom ispitu za mjesto upravnog referenta.

Ideju o otvaranju obrta za otkup kože studentica pronalazi u obiteljskoj tradiciji koja se temelji na stočarskim i sličnim zanimanjima. S obzirom da na području Karlovačke županije nema sabirališta ovakve vrste studentica se odlučuje na otvaranje obrta . Od kompetencija Helena posjeduje upornost, odlučnost te dobre pregovaračke sposobnosti. Spremno prihvaća svoje pogreške , uči na njima te konstantno unapređuje svoje znanje.

### 3.2. Asortiman usluga

Obrt Divina pripada grani kožarsko-prerađivačke industrije. Glavna djelatnost obrta jest kupovina sirove kravlje (teleće, goveđe i juneće ) i janjeće kože, konzerviranje istih u adekvatno opremljenom objektu te prodaja radi daljnje obrade kako kožarskoj industriji tako i drugim tehničkim objektima.

### 3.3. Tržišni podaci

Istraživanjem tržišta došlo se do saznanja da u bližoj okolini ne postoji izravan konkurent obrtu Divina. Cilj odgovarajuće marketinške i promocijske aktivnosti jest upoznati prodavatelje robe koju obrt kupuje i daljnje kupce sa novim obrtom kako bi se omogućilo ostvarivanje profita te uzlazna putanja poduzeća u narednom , dužem razdoblju. Obrt Divina sirovine će kupovati od ovlaštenih prodavaoca, prostor će opremiti prema svim standardima koje određuje HACCAP<sup>16</sup> te nusproizvode odlagati na za to predviđena mjesta, odnosno u slučaju obrta po nusproizvode će dolaziti za to ovlaštene osobe. Sredstva potrebna za održavanje prostora obrta Divina će kupovati u poljoprivrednim apotekama. S obzirom da je riječ o poduzeću koje ovisi o sezonama, stanju na financijskom tržištu te brojnim drugim faktorima , obrt Divina svoje proizvode prodavati će poduzećima koje ponude najbolje cijene kako bi se ostvario najveći mogući profit u datom trenutku.

---

<sup>16</sup> PESTRID, <https://www.pestrid.hr/uvodenj-i-kontrola-haccp-sustava>, (29.10.2020)

TABLICA 5. Projekcija konkurencijskih prednosti i slabosti obrta *Divina*

POPIS KONKURENATA UKLJUČENIH U KOMPARACIJU						
1.	AMDRA d.o.o-					
2.	Koža, Željko Pualić t.p.					
OCJENA - KOMPARACIJA KONKURENCIJSKIH PREDNOSTI						
Redni broj	Područja komparacije (prednosti i slabosti)	Konkurenti s popisa				
		1.	2.	3.	4.	5.
1.	Asortiman proizvoda, robe, usluga	+	0			
2.	Tehnička obilježja proizvoda, robe, usluga	-	-			
3.	Uporabna obilježja proizvoda, robe, usluga	+	0			
4.	Poslije prodajne usluge potrošačima	0	0			
5.	Ostala obilježja proizvoda, robe, usluga	0	0			
6.	Prodajni kanali i prodajna distribucija	0	0			
7.	Cijene, popusti, načini i uvjeti plaćanja	+	0			
8.	Uvjeti, način i rokovi isporuke	0	0			
9.	Ekonomska propaganda	+	0			
10.	Aktivnosti promicanja prodaje	0	0			
11.	Osobno-prodajna promidžba	0	0			
12.	Publicitet i odnosi s javnošću	+	0			
13.	Nabavni kanali i nabavna distribucija	+	-			
14.	Skladištenje i politika zaliha	+	+			
OSTALA PODRUČJA KOMPARACIJE (izaberite sami i ocijenite )						
15.	Odgoda plaćanja	+	0			
16.	Lokacija	0	0			
17.						
18.						
19.						
20.						
<b>UKUPNA OCJENA KOMPARACIJE</b>		<b>0</b>	<b>0</b>			

Izvor: Vlastita izrada autorice

Tablica uspoređuje prednosti i nedostatke tvrtke *Divina* u odnosu na konkurente. 0 označava da su konkurenti u predmetu komparacije približno jednaki, (-) da su lošiji, a (+) da su bolji. Tvrtka AMDRA D.O.O. i tvrtka Kože, Željko Pualić pripadaju u skupinu: trgovina na veliko sirovim i štavljenim kožama. Amdra d.o.o. osnovana je 2017. godine sa sjedištem u Zagrebu, a obrt Kože svoje sjedište ima u Šibeniku. Prednost obrta *Divina* nalazi se u činjenici da u neposrednoj blizini nema sličnog obrta. Također, za razliku od konkurenata, *Divina* će primarni cilj biti kvaliteta, a ne kvantiteta proizvoda.

### 3.4. Potrebna ulaganja

Za realizaciju projekta potrebno je uložiti 100.000,00 eura. Izvori sredstava koje će investitorica koristiti biti će vlastiti i tuđi. Kreditna sredstva (40 %) investitorica će uložiti u opremanje vlastitog prostora (prenamjena postojećih prostora u skladište kože te garaže potrebne za mehanizaciju), zatim u samu mehanizaciju poput kombija u kojem će se koža dovoziti u skladište, digitalnih profesionalnih vaga i viličara. Kreditna sredstva će se uložiti i u opremanje toaleta te ureda potrebnog za obavljanje administrativnih poslova. Vlastita sredstva odnose se na zemljište, skladište, garažu te trajna obrtna sredstva te iznose 60 % odnosno 60.000,00 eura.

### 3.5. Izvori sredstava

S obzirom na vrstu financiranja razlikujemo vlastite i tuđe izvore.<sup>17</sup> Vlastiti izvori nemaju rok dospijeca te se nemoraju vraćati. Koriste se za ulaganje sredstava u poslovanje privrednog subjekta na neodređeno vrijeme, nadalje tuđi izvori moraju se vratiti vjerovnicima u određenom roku, a koriste se za financiranje kratkoročnih i dugoročnih ulaganja.

Za realizaciju projekta potrebno je investirati 100.000,00 eura. Od navedenog iznosa 40 % čine kreditna sredstva, odnosno tuđi izvori sredstava, dok 60 % čine vlastita sredstva.

---

<sup>17</sup> Vidučić Lj., 2004, Financijski menadžment, Rrif, Zagreb.; Orsag S., 1997, Financiranje emisijom vrijednosnih papira, RIFIN, Zagreb

TABLICA 6. Projekcija ulaganja prema izvorima i stavkama sredstava

Redni broj	STAVKE SREDSTAVA PREMA IZVORIMA	IZNOSI (u eurima)	STRUKTURA	
			(%)	(%)
<b>I.</b>	<b>VLASTITI IZVORI – UKUPNO</b>	<b>60.000</b>	<b>100%</b>	<b>60%</b>
1.	Novac – gotovina	5.000		
2.	Zemljište			
3.	Poslovni prostori	30.000		
4.	Strojevi i oprema	10.000		
5.	Inventar i pokućstvo	2.000		
6.	Nasadi, stado i slično			
7.	Prijevozna sredstva	10.000		
8.	Ostala vlastita sredstva	3.000		
<b>II.</b>	<b>VANJSKI IZVORI – UKUPNO</b>	<b>40.000</b>	<b>100%</b>	<b>40%</b>
9.	Prodaja dionica			
10.	Bankarski zajmovi	40.000		
11.	Zajmovi osnivača			
12.	Kreditni dobavljača			
13.	Kreditni kupaca			
14.	Ostali izvori kapitala			
<b>I+II</b>	<b>UKUPNO POTREBITA SREDSTVA</b>	<b>100.000</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Izvor: Vlastita izrada autorice

Vlastite izvore čine novac u gotovini u iznosu od 5.000 eura, poslovni prostori vrijedni 30.000 eura, strojevi i oprema (10.000 eura), inventar i pokućstvo (2.000 eura), prijevozno sredstvo (10.000 eura) te ostala vlastita sredstva u iznosu od 3.000 eura. Vanjske izvore sredstava čine bankarski zajmovi u vrijednosti od 40.000.

### 3.6. Aktivizacijsko razdoblje

Aktivizacijsko razdoblje jest vrijeme potrebno za ulaganje, investiranje ili angažiranje vlastitog novca i kapitala, a sve u svrhu stjecanja profita u procesu redovitog poslovanja. Ono ovisi o obujmu i složenosti poduzetničkog pothvata.

Uzevši u obzir sve projektne aktivnosti koje će biti potrebno obaviti u razdoblju od donošenja odluke o realizaciji projekta pa do konačne realizacije, projekcija izvedbenog plana ukazuje da će aktivizacijsko razdoblje trajati 6 mjeseci. U tom će se periodu prikupiti potrebna sredstva, izvršiti svi pravno-administrativni poslovi, pronaći potrebni izvođači radova, izvršiti građevinski radovi, nabaviti potrebna oprema i vozila, pronaći odgovarajući djelatnici, educirati zaposlenici, izvršiti marketinške aktivnosti te započeti poslovanje. Aktivizacijsko razdoblje trajati će od 1. studenog 2020. godine do 30. travnja 2021. godine.

TABLICA 7: Aktivizacijsko razdoblje 2020.g.-2021.g.

Broj aktivnosti	AKTIVIZACIJSKO RAZDOBLJE (mjeseci)											
	11/20	12/20	1/21	2/21	3/21	4/21	5/21	6/21	7/21	8/21	9/21	10/21
1.												
2.												
3.												
4.												
5.												
6.												

Izvor:autorica rada (20.10.2020.)

- aktivnost 1.:Izrada poduzetničkog plana
- aktivnost 2.:Odobrenje kredita
- aktivnost 3:Prenamjena postojećih objekata
- aktivnost 4:Kupnja potrebne mehanizacije
- aktivnost 5:Angažiranje zaposlenika
- aktivnost 6.:Marketing te početak rada

### 3.7.Zaštitne mjere

Zaštitne mjere obrta Divina biti će usmjerene u dva pravca. Jedne će se odnositi na zaštitu na radu. Zaštita pri radu skup je mjera koje je poslodavac obvezan osigurati, a sve u cilju sigurnosti i zaštite radnika pri radu, očuvanju njihova zdravlja, sprječavanju ozljeda na radu, profesionalnih bolesti te drugih bolesti u svezi s radom.<sup>18</sup> Zaposlenici će morati nositi odgovarajuću odjeću, obuću te rukavice. Prostor će posjedovati potrebnu kutiju za hitnu pomoć, aparate za gašenje požara te sve ostale stavke utvrđene HACCAPom. Drugi pravac zaštitnih mjera odnosi se na zaštitu okoliša. Zaštita okoliša skup je aktivnosti i mjera za sprečavanje opasnosti za okoliš, nastanka šteta ili onečišćenja okoliša, smanjivanja ili otklanjanja šteta nanesenih okolišu te povrata okoliša u stanje prije nastanka štete.<sup>19</sup>S obzirom da u kožarskoj industriji nastaju i nusproizvodi , navedene će biti potrebno odložiti u posebne kontejnere prema Pravilniku o načinu postupanja s nusproizvodima životinjskog podrijetla koji nisu za prehranu ljudi. Nusproizvodi su ostaci kože, škart koža te ona koja se eventualno pokvarila prilikom konzerviranja. Po nusproizvode će dolaziti Veterinarska stanica Rijeka d.d. sa svojim specijaliziranim vozilima te ih odlagati na za to predviđena mjesta. Nusproizvodi se

<sup>18</sup> Zakon o zaštiti na radu, Narodne novine broj 71/14, 118/14 do 154/14

<sup>19</sup> Zakon o zaštiti okoliša, Narodne novine broj 80/13 do 153/13

zatim otpremaju na toplinsku preradu u objekt koji je odobren za obavljanje te djelatnosti. Cijena odvoza nusproizvoda iznosi 300,00 kn mjesečno. Otpadne vode zbrinjavat će se putem uređenog sustava kanalizacije koji će sadržavati potrebne filtere za pročišćavanje. Objekt će posjedovati toplu i hladnu vodu te asfaltiran prilaz što je vrlo bitno radi pranja i dezinfekcije prostora. Obrt će posjedovati ugovor s organizacijom za obavljanje deratizacije i dezinsekcije.

### 3.8. Potrebni zaposlenici

Obrt Divina raditi će šest dana u tjednu u osmosatnom režimu. Početni godišnji odmor iznositi će 20 dana, uz povećanje s obzirom na radni staž te broj djece do maksimalnog broja od 28 radnih dana. S obzirom na planirane kapacitete i radni normativ za prve dvije godine rada projekt će zahtijevati dva zaposlenika. Djelatnika koji će se baviti administrativnim poslovima srednje stručne spreme sa zanimanjem administrativnog službenika te osobu koja će obavljati fizičke poslove dopremanja i otpreme kože te njenog konzerviranja. Ukoliko će posao s vremenom zahtijevati povećane radne kapacitete , naknadno će se zaposliti potrebni djelatnici.

### 3.9. Pokazatelji učinkovitosti

U posebnom poglavlju poduzetničkog projekta (ocjena učinkovitosti) predložen je dostatan broj kvalitetnih pokazatelja njegove učinkovitosti. Prednost je dana sljedećim metodama ocjene:

- a) razdoblje povrata,
- b) godišnja stopa prinosa,
- c) pravilo palca,
- d) čista sadašnja vrijednost,
- e) prosječna profitabilnost ili stopa povrata
- f) analiza likvidnosti i
- g) analiza osjetljivosti.

Sve navedene raščlambe upućuju na vrlo visoku profitnu učinkovitost projekta, odnosno visok stupanj njegove prihvatljivosti od strane potencijalnih sufinancijera.

## 4.OPIS PODUZETNIČKE IDEJE

Četvrto poglavlje završnog rada bavi se opisom poduzetničke ideje . Objašnjava kako je nastala ideja za ovim projektom te opisuje funkcioniranje iste.

### 4.1. Autor i evolucija ideje

Poduzetnički projekt elaborat je poduzetničke ideje Helene Razumić, studentice Veleučilišta u Karlovcu. Helena Razumić rođena je 06. lipnja 1990.godine u Karlovcu. Nakon završene Gimnazije , stručno osposobljavanje na mjestu upravnog referenta odrađuje u Hrvatskom zavodu za mirovinsko osiguranje te odmah nakon završetka istog polaže državni stručni ispit. Tada upisuje Veleučilište u Karlovcu , poslovni odjel, smjer Ugostiteljstvo . Godine 2020. autorica odlučuje ući u poduzetničke vode , ponukana željom za samostalnošću te uspjehom. Ideju za navedeni projekt dobiva iz sličnih obiteljskih poslova te činjenice da na području Karlovačke županije ne postoji sličan obrt. Svjesna činjenice da je kožarska industrija nestabilna, da je riječ o grani na koju utječe sezonalost (obujam posla veći je tokom blagdana, a najmanji tijekom ljetnih mjeseci) te vanjski utjecaji poput financijskih promjena na svjetskom tržištu, autorica odlučuje maksimalno iskoristiti vlastite resurse te kreditno se zadužiti sa minimalnim iznosom potrebnim za uspješnu realizaciju projekta. Također iz istih razloga autorica odlučuje, za početak, zaposliti samo jednog djelatnika koji će obavljati fizičke poslove dok će administrativno pravne poslove obavljati sama.

### 4.2. Opis proizvoda, robe ili usluga

Obrt Divina baviti će se otkupom sirove kravlje ( teleće, goveđe, juneće) te ovčje kože. Obrt Divina sklopiti će ugovore sa klaonicama poput Klaonice Lorković u kojem će se obvezati svakodnevno otpremati kožu iz klaonica te istu plaćati u dogovorenim rokovima. U skladu s time obrt će imati instaliranu aplikaciju Nusproizvodi sukladno europskom zakonodavstvu i nacionalnim veterinarskim propisima, a radi utvrđivanja potpune sljedivosti nastajanja i prometa nusproizvoda životinjskog podrijetla i od njih dobivenih proizvoda koji nisu namijenjeni za prehranu ljudi . Aplikaciju je izradila Uprava za veterinarstvo i sigurnost hrane

kojom je informatiziran poslovni proces praćenja nusproizvoda životinjskog podrijetla od mjesta otpreme, tijekom prijevoza do mjesta prihvaćanja.

Mjesto prihvata kože jest skladište obrta Divina koje će biti uređeno prema svim zahtjevima navedenim u HACCAP-u. U skladištu se kože razvrstavaju prema životinjskoj vrsti, zatim po kvaliteti i težini. Razvrstane kože se razvlače, čiste, obrezuju i sole. Za konzerviranje će se upotrebljavati industrijska sol s 2% natrijevog karbonata. Kože se sole sa donje strane. Nakon što odstoje tri tjedna kože mogu ići u promet. Svježe usoljene kože skladište se na sobnoj temperaturi koja pogoduje prodiranju soli u sve njene djelove te je na ta način čuva od kvarenja. Važnu razliku čine zimski i ljetni mjeseci. Zimske temperature sprječavaju nastanak mikroorganizama, dok ljetne djeluju suprotno stoga je u ljetnim mjesecima potrebno utrošiti veće količine soli što dovodi do većeg kaliranja.

TABLICA 8. Asortiman roba obrta Divina

VRSTA KOŽE	CIJENA
Teleća koža	5-25 kn/kg
Juneća koža	3-18 kn/kg
Goveđa koža	2-10 kn/kg
Janjeća koža	1-5 kn/kom

IZVOR: autorica rada (27.10.2020.)

Cijena kože ovisi o brojnim faktorima od sezone (ljeti su cijene niže jer ima manje klanja), blagdanima cijene rastu zbog povećanog obujma posla pa do stanja na tržištu (recesija je izazvala drastičan pad cijena te su se kože prodavale po minimalno navedenim iznosima). Teleća, juneća te goveđa koža plaćaju se po kilogramu dok se ovčja odnosno janjeća koža kupuje po komadu.

Za utrošak soli postoje određena pravila:

-od 15.3. do 15.8. na 100 kg kože troši se 40 kg soli. (40%)

-od 16.8 do 14.3. na 100 kg kože troši se 35 kg soli (35%)

-ako je otkupljena koža usoljena i potrebno ju je samo dosoliti utrošak soli je 10-15 %

Nakon svake isporuke kože nužno je očistiti skladište kako bi se održala higijena. Čišćenje se obavlja prema standardima propisanim u HACCAP-u.



Obrt će poslovati na području cijele Republike Hrvatske, no otkup će se primarno vršiti na području Karlovačke županije. U klaonicama se određuje kvaliteta kože, a ona uvelike ovisi o stručnom radu mesara. Bitno je da kože budu što manje oštećene ili zarezane. Kontrola od strane obrta Divina vršiti će se prilikom preuzimanja koža iz klaonice. S obzirom da će obrt kože kupovati isključivo u klaonicama, biti će siguran u njeno porijeklo i kvalitetu. Sve sirovine koje uđu u skladište moraju biti popraćene odgovarajućom dokumentacijom, a to su: veterinarski dokument i komercijalni dokument kojeg ispunjava i šalje primatelj.

Obrt će poslovati u tuzemstvu (Amdra, Koža Šibenik) , ali će biti registriran i kao izvoznik stoga će svoju poslovnu suradnju ostvarivati i sa inozemstvom. Suradnja sa inozemstvom uglavnom će se odvijati sa susjednim zemljama poput Slovenije ili Bosne i Hercegovine. Tuzemni suradnici su također posrednici, no mnogo veći nego što će biti obrt Divina. Koža koja će se skupljati u obrtu Divina neće biti namjenjena kao dodatak za proizvodnju želatine ili kolagena već za daljnju tehničku obradu, primjerice za proizvodnju namještaja , obuće, odjeće. U skladu s poslovnim politikom obrt za trgovinu kožama svojim će kupcima isporučiti kvalitetnu robu kako je i ugovoreno. Upravo će se zato kod svake isporuke , prilikom slaganja koža na palete ili u bokseve, koža jos jednom dodatno pregledati te svaka pojedinačno otresti kako bi se uklonio višak soli.zatim će se razvrstati prema vrsti na teleću, juneću, govedu i janjeću. Nakon toga sastavlja se evidencija o pregledu koja se isporučuje kupcima. Isporučka robe odvijati će se na način da će kupci sa svojim teretnim vozilima doći po kožu .

## 5. TRŽIŠNI PODACI

Prilikom svakog istraživanja primarni zadatak je definirati probleme i postaviti ciljeve. Tada se prikupljaju potrebni podaci, pregledavaju moguća vremenska, novčana, administrativna ograničenja te traže načini kako se nositi sa poteškoćama koje mogu naići.

Istraživanje tržišta provodi se radi prikupljanja primarnih i sekundarnih podataka na temelju kojih se donose poslovne odluke. Ono omogućuje prikupljanje informacija o potencijalnim potrošačima, potražnji, strukturi potrošača i konkurenciji na tržištu, razvijenosti distribucijskih kanala i slično. Primarne podatke prikuplja sama tvrtka, u ovom slučaju obrt Divina. Riječ je o podacima koji se prikupljaju neposredno od ispitanika, a opisuju njihova mišljenja, stavove, osjećaje te određene činjenice i situacije. Sekundarni podaci su informacije koje se dobiju iz nekog drugog izvora (unutrašnjeg ili vanjskog). Unutrašnji izvori su zapisi, datoteke i razni izvještaji a vanjski su biblioteke, organi uprave, privredne komore, banke, statistike, itd.<sup>20</sup>

Obrt Divina proveo je istraživanje tržišta radi utvrđivanja opravdanosti realizacije ovog projekta. Istraživanjem se ispitalo ciljno tržište kako bi se došlo do informacija ima li obrt Divina dovoljan broj potencijalnih kupaca te prodavaoca (klaonice) odnosno hoće li moći prikupiti dovoljnu količinu robe te na koncu hoće li se moći nositi sa konkurencijom. U istraživanju su se koristili primarni podaci poput anketiranja te promatranja konkurencije. Anketiranje se odvijalo telefonski i elektroničkim putem. Metoda promatranja obuhvaća uočavanje i bilježenje činjenica ili događaja bez postavljanja pitanja osoba čije se ponašanje prati.

### 5.1. Tržište nabave

Glavna djelatnost obrta Divina jest otkup sirove kravlje i ovčje kože te prodaja iste. Vizija obrta jest primarno otkup robe iz hrvatskih klaonica s posebnim naglaskom na kožu hrvatskog podrijetla. Poznata je činjenica da je takva koža izuzetno kvalitetna, a aplikacijom Nusproizvodi prati se sljedivost iste od dolaska životinje u klaonicu do dopremanja kože u sabiralište obrta Divina. Primarni cilj obrta biti će prvotno pridobiti klaonice u blizini, a nadalje ukoliko će se obrt razvijati u željenom smjeru i one udaljenije klaonice. Klaoničare će nastojati pridobiti stimuliranjem cijena te redovnim plaćanjima i korektnim odnosima.

---

<sup>20</sup> HCPM, <http://hcpm.agr.hr/docs/mplan-istrzista.pdf> (01.09.2020.)

## 5.2. Tržište prodaje proizvoda ili usluga

Svoje proizvode, odnosno soljenu, konzerviranu kožu obrt Divina prodavati će tuzemno i inozemno. Kupac će biti onaj koji ponudi najvišu cijenu. Tuzemno svoj proizvod Divina će prodavati konkurentima. Riječ je otkupljivačima poput Amdre d.o.o. ili Gerbera M.D.-a. Inozemno, koža će se prodavati susjednim zemljama poput Slovenije ili BiH

## 5.3. Analiza konkurencije

TABLICA 9. Glavni konkurenti obrta Divina

Gerber M.D. d.o.o..	Amdra d.o.o.	Koža, Željko Pualić t.p.p
-osnovano 2013.godine	-osnovano 2017.godine	-osnovano 2014.godine
-u privatnom vlasništvu	-u privatnom vlasništvu	-u privatnom vlasništvu
-financirana 100% domaćim kapitalom	-financirana 100% domaćim kapitalom	
<i>GERBER MD d.o.o. je 2019. ostvario ukupni godišnji prihod u iznosu od 21.358.366,00 kn što predstavlja relativnu promjenu ukupnih prihoda od -13.036.564,00 kn u odnosu na prethodno razdoblje kada je poslovni subjekt ostvario ukupne godišnje prihode u iznosu od 34.394.930,00 kn<sup>21</sup></i>	<i>AMDRA d.o.o. je 2019. ostvario ukupni godišnji prihod u iznosu od 25.193.796,00 kn što predstavlja relativnu promjenu ukupnih prihoda od 22.610.996,00 kn u odnosu na prethodno razdoblje kada je poslovni subjekt ostvario ukupne godišnje prihode u iznosu od 2.582.800,00 kn.<sup>22</sup></i>	

IZVOR: autorica rada (26.10.2020.)

<sup>21</sup> POSLOVNA HR, <https://www.poslovna.hr/lite/rezultati.aspx?search=gerber%20md> (25.10.2020.)

<sup>22</sup> POSLOVNA HR, <https://www.poslovna.hr/lite/amdra/1567041/subjekti.aspx> (25.10.2020.)

## 5.4.SWOT ANALIZA

SWOT analiza promatra sadašnje i buduće snage (strenghts), slabosti (weakness), prilike (opportunities) i prijetnje (threaths) tvrtke. Prisutna je u svim poduzećima . Određivanje snaga, slabosti, prilika i prijetnji važno je kako bi se utvrdile mjere koje je potrebno poduzeti da bi poduzeće što bolje poslovalo i postalo konkurentno.

GRAF 4. SWOT ANALIZA



Izvor:autorica rada (26.10.2020.)

## 5.5. Analiza lokacije

Obrt Divina nalaziti će se na adresi Bašćinska cesta 61,47 000 Karlovac, Karlovačka županija, Republika Hrvatska. . Nedaleko centra Karlovca, no ipak dovoljno udaljen kako bi mogao dobiti potrebnu dozvolu za rad. Obrt će se nalaziti u sklopu obiteljske kuće, gdje će se dio nekretnine prenamijeniti u poslovni prostor, sabiralište. Cilj ovakvog odabira lokacije jest minimalizirati početne troškove te na tržište ući sa penetrirajućim cjenama kako bi se preuzeli ciljani dobavljači.

## 6.MARKETING PODUZETNIČKOG PROJEKTA

Marketing je skup institucija i procesa za kreiranje, komuniciranje, dostavljanje i razmjenu ponuda koje imaju vrijednost za kupce, klijente, partnere i društvo u cjelini.<sup>23</sup> Marketinški splet aktivnosti planiran je i sačinjen na temelju informacija dobivenih tržišnim istraživanjima.<sup>24</sup> Marketinški miks čine proizvod, cijena, distribucija te promocija.

Primarni cilj marketinških aktivnosti jest informirati ciljanu skupinu o otvaranju novog obrta koji se bavi otkupom sirove kravlje i ovčje kože. Svoje dobavljače i kupce obrt će nastojati privući korektnim odnosom te kvalitetnom robom . Također, obrt će prvenstveno kupovati kožu hrvatskog podrijetla koja je poznata po svojoj izuzetnoj kvaliteti. Na taj način uz građenje kvalitetnog branda pokušati će se potaknuti oporavak i obnavljanje poljoprivredne djelatnosti stočarstva.

### 6.1.Oglašavanje

Promotivne aktivnosti obuhvaćati će oglašavanje, odnosno izradu web stranice. Web stranica sadržavati će sve potrebne informacije o obrtu Divina. Misiju i viziju, vrstu robe koju otkupljuje i dalje plasira na tržište, kontakt, lokaciju te galeriju slika. Toškovi izrade ove stranice biti će 0 kn s obzirom da je muž investitorice inženjer informatike. Plaćati će se samo prostor za web stranicu na internetu po cijeni od 150,00 kn godišnje . Također oglašavati će se i putem lokalnih medija (Kaportal, Radio Mrežnica, Trend).

### 6.2. Direktan marketing

Najvažniji instrument promotivnog miksa u slučaju obrta Divina jest direktni marketing. Direktni marketing je forma marketinga koja omogućava tvrtkama komuniciranje sa korisnicima direktno kroz različite medije kao što su mobilni pozivi, direktni mail, tekstualne poruke, e-mail, telemarketing, televizijske reklame, flajeri, katalozi i susret uživo.<sup>25</sup> Kožarska industrija je specifična po pitanju korištenja suvremenih metoda kako u samom procesu rada tako i u promocijskom miksu. Naime riječ je o gospodarskoj grani koja se ne može

---

<sup>23</sup> FINANCIJSKI BLOG, <https://marketingfancier.com/marketing/> (27.10.2020.)

<sup>24</sup> Kuvačić D.:Poslovni marketing -autorizirana predavanja , Sveučilište u Splitu , Split, 2012, slide 16

<sup>25</sup> WEB AGENCIJA, <https://oxidian.hr/direktni-marketing-sto-funkcionira-li/> (27.10.2020.)

osuvremeniti po pitanju samog rada. Ljudski faktor uvijek će imati bitnu ulogu jer je svaki komad robe potrebno detaljno pregledati, dopremiti do sabirališta, konzervirati te pripremiti za ponovnu otpremu. U čitavom tom procesu robotizacija je nemoguća. Što se tiče promocije, korisnike usluga odnosno kupce i dobavljače potrebno je direktno kontaktirati telefonski, putem maila ili osobnim susretom. Važnu ulogu ima i sposobnost pregovaranja o cijeni. Cijena mora biti takva da zadovolji kriterije dobavljača i kupaca, ali i da obrt stekne profit.

### 6.3. Naziv tvrtke i zaštitni znak

Naziv obrta biti će Divina. Zaštitni znak zaštićuje tvrtku od krivotvorina. On će biti u obliku kravlje kože. U središtu loga nalaziti će se kravlja glava. Logo će biti crno-bijele boje.

SLIKA 1. Logo obrta Divina



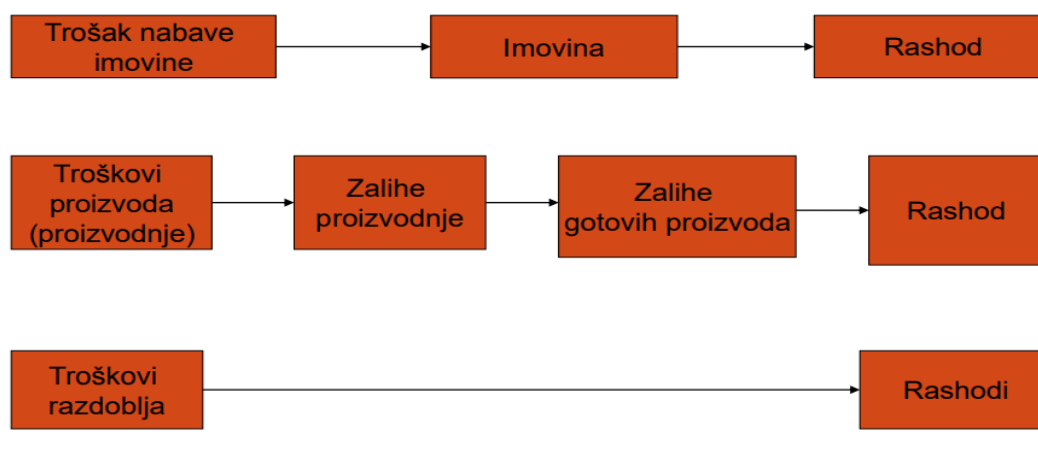
IZVOR: autorica rada (27.10.2020.)

## 7. TROŠKOVI POSLOVANJA

Trošak je vrijednosno izražen iznos utrošene imovine, izvršenih usluga ili je posljedica nastanka obveza koje se odnose na primljena dobra ili usluge.<sup>26</sup>

GRAF 4. Računovodstveni tok troškova

### Računovodstveni tok troškova



Izvor: [https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/poslovno\\_planiranje/Tro%C5%A1kovi%20i%20kriteriji%20klasifikacije%20tro%C5%A1kova.pdf](https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/poslovno_planiranje/Tro%C5%A1kovi%20i%20kriteriji%20klasifikacije%20tro%C5%A1kova.pdf) (28.10.2020.)

Troškovi se mogu klasificirati prema raznim kriterijima: vremenu nastanka, funkcijama, položaju u financijskim izvještajima, mogućnosti obuhvata po nositeljima, ponašanju na promjenu aktivnosti, značajnosti za donošenje poslovnih odluka te prema mogućnosti kontrole.

Troškovi obrta Divina su troškovi nabave robe, nabave soli, troškovi plaća, troškovi režija, trošak konfiskata, deratizacije i dezinsekcije, komunalni troškovi, održavanje vozila i strojeva, mjesečna članarina Hrvatskoj obrtničkoj komori, troškovi vođenja knjiga te troškovi promocije.

<sup>26</sup> EKONOMSKI FAKULTET ZG, [https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/poslovno\\_planiranje/Tro%C5%A1kovi%20i%20kriteriji%20klasifikacije%20tro%C5%A1kova.pdf](https://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/poslovno_planiranje/Tro%C5%A1kovi%20i%20kriteriji%20klasifikacije%20tro%C5%A1kova.pdf) (28.10.2020.)



TABLICA 10. Troškovi poslovanja obrta Divina

<b>TROŠKOVI( kn)</b>	<b>VREMENSKO RAZDOBLJE (5 GODINA)</b>					<b>UKUPNO</b>
	<i>1.</i>	<i>2.</i>	<i>3.</i>	<i>4.</i>	<i>5.</i>	
BRUTO PLAĆE	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	240.000,00	1.200.000,00
REŽIJE I KOMUNALIJE	100.800,00	100.800,00	100.800,00	100.800,00	100.800,00	504.000,00
KONFISKAT	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	18.000,00
DERATIZACIJA I DEZINSEKCIJA	604,00	604,00	604,00	604,00	604,00	3.020,00
HOK	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	2.520,00
ODRŽAVANJE VOZILA I STROJEVA	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	30.000,00
PROMOTIVNE AKTIVNOSTI	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	10.000,00
KNJIGOVOĐA	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	7.000,00
<b>SVEUKUPNO</b>						<b>1.774.540,00</b>

Izvor: autorica rada (28.10.2020.)

## 8.RAČUN DOBITI I GUBITKA

Račun dobiti i gubitka je financijski izvještaj koji pokazuje uspješnost poslovanja poduzeća kroz određeno vremensko razdoblje. Prikazuje sve prihode i rashode, te ostvareni financijski rezultat u određenom obračunskom razdoblju te daje odgovor na pitanje je li poduzeće ostvarilo profit. Ukoliko su prihodi veći od rashoda tada govorimo o dobiti poduzeća, dok u suprotnom, ukoliko su rashodi veći od prihoda govorimo o gubitku istog.

Prihod je vrijednost prodanih dobara i usluga iskazanih kroz obračunsko razdoblje. Može biti redovan, izvanredan ili financijski . Povećanjem prihoda raste i kapital.

Rashodi su troškovi sadržani u prodanim proizvodima i uslugama.<sup>27</sup> Obuhvaćaju plaće zaposlenika, najamnine, troškove usluga, amortizacije, kamata te dovode do smanjivanja kapitala. Dijele se na poslovne , financijske i izvanredne.

---

<sup>27</sup> EKONOMSKI FAKULTET OSIJEK, [http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wp-content/uploads/sites/224/2013/04/Ra%C4%8Dun-dobiti-i-gubitka\\_1.pdf](http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wp-content/uploads/sites/224/2013/04/Ra%C4%8Dun-dobiti-i-gubitka_1.pdf), (28.10.2020.)

## 9. OCJENA UČINKOVITOSTI PROJEKTA

Ocjena učinkovitosti projekta govori je li projekt isplativ tj. može li se od projekta očekivati povrat uloženi sredstava u određenom vremenskom razdoblju. Svaki projekt svim interesentima mora predložiti dostatan broj kvalitetnih pokazatelja glede stupnja buduće djelatnosti i profitne učinkovitosti u njemu elaborirana pothvata.<sup>28</sup> Za analizu ocjene učinkovitosti mogu se koristiti ove metode:

- razdoblje povrata,
- godišnja stopa prinosa,
- točka pokrića,
- analiza likvidnosti,
- neto sadašnja vrijednost,
- relativna neto sadašnja vrijednost,
- interna stopa profitabilnosti,
- prosječna stopa profitabilnosti.

Financijske pokazatelje uspješnosti poslovanja dijelimo u pet grupa: profitabilnost, likvidnost, aktivnost, solventnost i uspješnost menadžmenta.

### 9.1. Razdoblje povrata

Razdoblje povrata uloženi kapitala označava vrijeme tijekom kojeg se iz čistih primitaka ekonomskog tijeka povratu uloženi novac u realizaciju poduzetničkog pothvata. Jednostavnije rečeno razdoblje povrata jest broj godina potreban da se vrati izvorno ulaganje. Kriterij po kojem se ocjenjuje poduzetnički pothvat je duljina razdoblja povrata. Što je razdoblje kraće, projekt je prihvatljiviji. Zagovornici razdoblja povrata zalažu se za njegovo korištenje u slučajevima kad je glavni čimbenik slab kreditni položaj te kada su investicijska sredstva su oskudna.

---

<sup>28</sup> Kuvačić, N.: op. cit. (bilj. 24), str. 239.

$$t = \frac{I}{D}$$

Razdoblje povrata možemo izračunati prema gore navedenoj formuli u kojoj je **t** broj godina, **I** predstavlja ukupnu investiciju, a **D** godišnji dobitak.

## 9.2. Godišnja stopa prinosa

Godišnja stopa prinosa je statistički pokazatelj profitne učinkovitosti poduzetničkog projekta. Predstavlja realativan izraz oplodnje investicijskog kapitala u pojedinim godinama njegovog eksploatacijskog razdoblja. Stopu prinosa ( SP ) dobijemo tako što kvocijent čiste dobiti (ND) iz promatranih godina i ukupnih ulaganja (I o) pomnožimo sa 100.

$$Sp = (Nd/Io) \times 100$$

## 9.3. Pravilo palca

Pravilo palca nazivamo još „pravilo 72“. Njime određujemo broj godina potrebnih za udvostručenje dohotka uz prosječnu stopu ekonomskog rasta.

TABLICA 11. Pravilo palca

<ul style="list-style-type: none"> <li>• broj potrebnih godina da se investicija udvostruči uz određeni godišnji prinos:</li> </ul> <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <math display="block">\text{a) } \frac{72}{\text{godišnji\_prinos}} = \text{godine}</math> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ prinos uz koji se u određenom broju godina investicija udvostruči:</li> </ul> <div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <math display="block">\text{b) } \frac{72}{\text{godine}} = \text{godišnji\_prinos}</math> </div>
<p><b>Primjer 1.</b></p> <p>Izračunava broj godina uz stopu prinosa od 9 %</p> <p>P-9 %</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>72:9 = 8</math> godina</li> </ul>	<p><b>Primjer 2.</b></p> <p>Izračunava stopu prinosa za razdoblje od 5 godina</p> <p><math>n = 5</math></p> <p><math>72:5=14,4</math> %</p>

Izvor:autorica rada (30.10.2020.)

Primjer 1.: Uz stopu prinosa od 9 % potrebno je 8 godina za udvostručenje početne investicije.

Primjer 2.: stopa prinosa za 5 godina iznosi 14,4 %

#### 9.4. Interna stopa profitabilnosti

Interna stopa profitabilnosti je , stopa pomoću koje sadašnju vrijednost budućih očekivanih čistih primitaka (ekonomskog ili financijskog toka) projekta izjednačavamo s vrijednošću ukupnih investicijskih ulaganja pri čemu je čista sadašnja vrijednost jednaka nuli.

Računa se pomoću metodi pokušaja i pogreški tako da se izračuna neto sadašnja vrijednosti uz postupno povećavanje stope diskontiranja. Točnu internu stopu profitabilnosti utvrđuje se interpoliranjem između dviju razina stope diskontiranja – zadnje pri kojoj je neto sadašnja vrijednost bila pozitivna i prve kod koje je neto sadašnja vrijednost negativna.

## 9.5. Analiza likvidnosti

Likvidnost je sposobnost poduzeća da u svakome trenutku može pravodobno i u cijelosti podmirivati svoje dospjele financijske obveze. . Analiza likvidnosti pokazuje ima li poduzeće dovoljno sredstava kako bi podmirilo kratkoročne obveze. Financijski tok projekta razlikuje se od ekonomskoga toka po tome što u njega ulaze sve stavke koje predstavljaju vremenske financijske transakcije. Projekt je likvidan, ako su čisti primici iz financijskoga toka jednaki ili veći od nule ( $n \geq 0$ ), a nelikvidan ako su manji ( $n < 0$ ). . Poduzeća u svom poslovanju teže očuvanju likvidnosti odnosno sposobnosti da pravovremeno podmiruju svoje obveze te uspoređuju kratkoročne obveze s kratkoročnim izvorima dostupnima za podmirivanje kratkoročnih obveza. Najčešći pokazatelji likvidnosti su:

- koeficijent tekuće likvidnosti,
- koeficijent ubrzane likvidnosti,
- koeficijent trenutne likvidnosti,
- koeficijent financijske stabilnosti,
- neto obrtni kapital

## 9.6. Analiza osjetljivosti

Analiza osjetljivosti predstavlja metodu koja se koristi za lociranje i procjenu mogućih rizika koji utječu na profitabilnost projekata. Važno je utvrditi koji su to čimbenici na čiju bi promjenu projekt posebno reagirao. Sastoji od postupka opterećivanja projekta različitim negativnim situacijama koje se možda mogu pojaviti tijekom životnog vijeka

## 10.ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je skup međusobno povezanih funkcija čiji je primarni cilj pokretanje novih poslovnih pothvata radi ostvarivanja iznad prosječnih prihoda. Iako je prvotno smatrano da je poduzetnik osoba koja posjeduje poduzeće, danas to više nije tako. Ipak poduzetnik mora posjedovati brojne vrline kako bi bio uspješan u svom poslu. Mora biti odlučan, spreman riskirati, nadograđivati svoje znanje, ali također mora moći priznati svoje pogreške te iz njih učiti. Začeci poduzetništva naziru se jos u starim civilizacijama, poput Babilona ili Egipta. Do omasovljavanja dolazi u 17. stoljeću, a danas poduzetništvo možemo podijeliti na socijalno, korporativno i tradicionalno.

Mala poduzeća su samostalne gospodarske jedinice koja otvaraju radna mjesta te potiču samoodgovorno djelovanje i samorazvoj ljudi više od velikih poduzeća. Tablice navedene u radu pokazuju tendenciju rasta ukupnog broja poduzeća, posebice malih i srednjih. Obrt je samostalno i trajno obavljanje dopuštenih gospodarskih djelatnosti od strane fizičkih osoba sa svrhom postizanja dohotka ili dobiti koja se ostvaruje proizvodnjom, prometom ili pružanjem usluga na tržištu. Godine 2018. u Hrvatskoj je bilo aktivno 81.430 obrta koji su zapošljavali 180.155 osoba. Njihov udio u ukupnim trgovačkim društvima iznosi 39,1%.

Poduzetnički projekt obrta za orkup sirove kravlje i ovčje kože temelji se na informacijama prikupljenim istraživanjem tržišta. Tržišnim se istraživanjem željela provjeriti isplativost ulaganja u projekt ovakve vrste. Realizacija projekta zahtjeva ukupna ulaganja u iznosu 100.000 € (60.000 € čine vlastita sredstva, a 30.000 iznosi bankarski zajam). Ukupna ulaganja u projekt vraćaju se u drugoj godini eksploatacije. Analiza likvidnosti prikazuje da projekt svih pet godina eksploatacije posluje s pozitivnim predznakom. Upravo zato je obrt Divina u mogućnosti pravovremeno pokriti nastale troškovi, a analizom niza financijskih pokazatelja dokazuje se isplativost ulaganja u isti.

# POPIS LITERATURE

## Popis knjiga

1. **Drucker P.F.:** Inovacije i poduzetništvo , Globus , Zagreb, 1992
2. **Kolaković, M. :** Managment malog poduzeća I dio, Ekonomski fakultet Split, Split, 2003.
3. **Poslovni rječnik**, urednici P. Jurković, F. Luković, Đ.Pribičević, S. Ravlić, 3.izdanje , Masmedia, Zagreb, 1995.
4. **Sombart, W.;** Der Bourgeois, Dunckner Humboldt, Munchen Lepzig, 2001.
5. **Škrtić M.:** Osnove poduzetništva i menadžmenta, II izdanje, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac ,2008.
6. **Vuković I.;** Ekonomika poduzetništva u hotelijerstvu, Dalmatina , Zagreb, 1999.,
7. **Waserbauer B., Varičak I.:** Znanstveni i stručni rad – načela i metode, Veleučilište u Karlovcu, 2009.

## Internet stranice

1. **CEPOR**, <http://www.cepor.hr/izvjesce-o-malim-i-srednjim-poduzecima-u-hrvatskoj/> (30.08.2020.),
2. **EKONOMSKI FAKULTET OSIJEK**, [http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wp-content/uploads/sites/224/2013/04/Ra%C4%8Dun-dobiti-i-gubitka\\_1.pdf](http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wp-content/uploads/sites/224/2013/04/Ra%C4%8Dun-dobiti-i-gubitka_1.pdf), (28.10.2020.)
3. **FINANCIJSKI BLOG**, <https://marketingfancier.com/marketing/> (27.10.2020.)
4. **HCPM**, <http://hcpm.agr.hr/docs/mplan-istrzista.pdf> (01.09.2020.)
5. **NARODNE NOVINE**,  
[https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014\\_06\\_71\\_1334.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_06_71_1334.html) (30.08.2020.)  
[https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013\\_06\\_80\\_1659.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_80_1659.html) (30.08.2020.)
6. **PESTRID**, <https://www.pestrid.hr/uvodenj-i-kontrola-haccp-sustava>, (29.10.2020)
7. **POSLOVNA HR**,  
<https://www.poslovna.hr/lite/rezultati.aspx?search=gerber%20md> (25.10.2020.)  
<https://www.poslovna.hr/lite/amdra/1567041/subjekti.aspx> (25.10.2020.)
8. **WEB AGENCIJA**, <https://oxidian.hr/direktni-marketing-sto-funkcionira-li/> (27.10.2020.)



# POPIS ILUSTRACIJA

## POPIS GRAFOVA

GRAF 1. Osnovne aktivnosti poduzetnika prema D. Gorupiću.....	6
GRAF 2. Vrste poduzetništva.....	7
GRAF 3. Tri koraka u ostvarivanju poduzetničke aktivnosti.....	9
GRAF 4. Računovodstveni tok troškova.....	28
GRAF 5. Računovodstveni tok troškova.....	32

## POPIS TABLICA

TABLICA 1. Subjekti malog gospodarstva.....	11
TABLICA 2. Udjeli poduzetnika razvrstanih po veličini u ukupnim financijskim rezultatima.....	12
TABLICA 3. Struktura poduzeća s obzirom na veličinu u razdoblju od 2014. do 2018. godine.....	13
TABLICA 4. Broj aktivnih obrta i njihovih zaposlenika u razdoblju od 2014. do 2018. godine.....	14
TABLICA 5. Projekcija konkurencijskih prednosti i slabosti obrta <i>Divina</i> .....	18
TABLICA 6. Projekcija ulaganja prema izvorima i stavkama sredstava.....	20
TABLICA 7. Aktivizacijsko razdoblje 2020.g.-2021.g.....	21
TABLICA 8. Asortiman roba obrta <i>Divina</i> .....	24
TABLICA 9 . Glavni konkurenti obrta <i>Divina</i> .....	27
TABLICA 10. Troškovi poslovanja obrta <i>Divina</i> .....	33
TABLICA 11. Pravilo palca.....	37

## POPIS SLIKA

SLIKA 1. Logo obrta <i>Divina</i> .....	31
---	----